

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Lingkup Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin atau *communicatio* dan bersumber dari kata yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Dalam pengertian khusus komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**“Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan – pesan harus benar – benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif”. (2001 : 10)**

Pengertian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Cangara** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang mengatakan bahwa komunikasi adalah : **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber**

**kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (1998:19)**

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila ada seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

### **2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur – unsur yang harus dipahami, menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi** bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan

terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur – unsur tersebut adalah sebagai berikut :

**”Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.**

**Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.**

**Komunikasikan : Orang yang menerima pesan.**

**Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila berkomunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.**

**Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (2002 : 6)”**

Unsur – unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut **Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

- 1. Komunikasi verbal : simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari masuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha – usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.**
- 2. Komunikasi non verbal : secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata – kata mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (2000 : 237)**

Perilaku non-verbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata

dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi non-lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi non-verbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi non-verbal.

### **2.1.3 Fungsi Komunikasi**

#### **1. Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

##### **a. Pembentukan konsep diri**

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita yang diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang – orang dekat lainnya dekat sekitar kita. Termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significant others*.

##### **b. Pernyataan eksistensi diri**

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut

aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.

- c. Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan.

Komunikasi dalam konteks apapun ialah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

## **2. Komunikasi Ekspresif**

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok.. komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan - perasaan (emosi) kita.

## **3. Komunikasi Ritual**

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

## **4. Komunikasi Instrumental**

Komunikasi istrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

**Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5-30)**

#### **2.1.4 Proses Komunikasi**

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancar. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal - hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** proses komunikasi adalah sebagai berikut:

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat. (1989 : 63-64)**

Menurut **Courtland L. Bovee dan John V. Thil** dalam *Business Communication Today* **Purwanto** Komunikasi Bisnis, proses komunikasi (*communication process*) terdiri atas enam tahap, yaitu :

- 1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan ide tau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber**

yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide - ide yang ada dalm benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.

2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna.. proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan - pesan seperti dalam bentuk kata - kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.
3. Pengirim menyampaikan pesan .Setelah mengubah ide - ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.
4. Penerima menerima pesan. Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja.
5. Penerima menafsirkan pesan. Setelah penrima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (feedback) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan

**member tanggapan dengan cara tertentu dan member sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya faktor - faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata -kata, dan perbedaan reaksi secara emosional. (2003 : 11 - 14)**

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas proses komunikasi dengan peninjauan dari **Carl I Hovland** dalam **Effendy** yang menjelaskan bahwa:

**“Komunikasi adalah suatu upaya yang sistematis untuk memutuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar atas-atas tersebut disampaikan informasi serta bentuk pendapat dan sikap.” (Effendy, 1993:16)**

Dari penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang berupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.

Proses komunikasi terdiri atas dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (**Effendy**, dalam **Mondry**, 2008:3).

- 1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, isyarat (*gesture*), gambar, warna, dan sebagainya. Syarat secara langsung**



dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. **Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak (Effendy, 2002 :15)**

Pada media primer, lambang yang paling banyak digunakan adalah bahasa. Bahasa merupakan sarana yang paling penting banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik berbetnuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal ini bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat “menerjemahkan” pikiran sesorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mendedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain-lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat warna) tersebut sangat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Sementara proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer, yaitu untuk menembus dimensi dan ruang waktu. Maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan digunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding: penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
3. Message: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

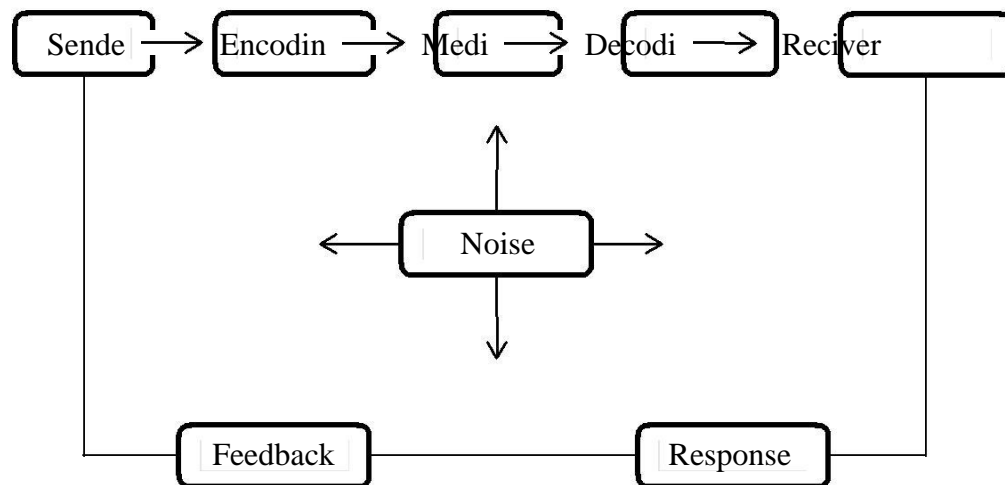
7. Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator. Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimnya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi

**Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**

menggambarkan skema dari proses komunikasi.

**Gambar 2.1 Skema Proses Komunikasi**



### 2.1.5 Prinsip-prinsip Komunikasi

Deddy Mulyana mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul **Ilmu**

**Komunikasi : Suatu Pengantar**. Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

- a. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik.** Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.
- b. **Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.** Kita tidak dapat berkomunikasi (*we can't not communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.
- c. **Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.** Dimensi isi ditandai secara verbal, sementara dimensi hubungan ditandai secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
- d. **Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesenjangan.** Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.
- e. **Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.** Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis.
- f. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.** Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.
- g. **Komunikasi Bersifat Sistemik.** Setiap individu adalah sistem yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung.

Hal itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu.

- h. Semakin Mirip Latar Belakang Sosialbudaya Semakin Efektiflah Komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi.
- i. Komunikasi Bersifat Nonkonsekuensial. Sebenarnya komunikasi manusia adalah bentuk dasarnya (komunikasi tatap muka) bersifat dua-arah.
- j. Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional. Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang sinambungan.
- k. Komunikasi Bersifat *Irreversible*. Sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.
- l. Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah. Komunikasi bukanlah Panacea (obat mujarab). Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik, karena tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. (2015:91-127)

## 2.2 Definisi Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Prancis *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers dan bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

Sumadaria dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menyimpulkan bahwa:

**Secara teknis jurnalistik dapat didefinisikan sebagai kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2005:2-3)**

Dari pernyataan diatas menunjukan bahwa jurnalistik adalah suatu cabang ilmu yang mempelajari hal ihwal tentang pers. Atau ilmu jurnalistik adalah ilmu pengetahuan kemasyarakatan yang mempelajari gejala pers dalam segala seginya.

Dalam definisi jurnalistik yang dimaksud dengan informasi adalah:

1. *News* (berita)
2. *View* (pandangan atau opini)
3. Karangan bebas yang disebut feature (berisikan fakta dan opini)

Penulisan informasi adalah aktivitas penulisan atau penyusunan berita, opini, dan feature untuk dipublikasikan atau dimuat di media massa. Pelakunya adalah wartawan (*journalist*) dan penulis (*writer*).

Jurnalistik merupakan bagian dari ilmu komunikasi, yang mempunyai hubungan sangat erat dengan perkembangan pers saat ini. Jurnalistik sendiri merupakan suatu proses dari mulai mencari, mengolah, sampai dengan menyajikan kepada masyarakat atau khalayak.

Perkembangan jurnalistik dari dahulu sampai sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat,

### **2.2.1 Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai bentuk, dari bentuk itulah yang membantu kita untuk membedakan jurnalistik satu dengan yang lainnya. Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga besar, seperti yang disampaikan oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia (2005:4)**, diantaranya:

- 1. Jurnalistik Media Cetak**
- 2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif**
- 3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

yang termasuk dalam jurnalistik media cetak yaitu jurnalistik surat kabar harian, surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media cetak ini dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Faktor verbalnya, jurnalistik sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Dan faktor visualnya, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan dari produk yang di hasilkan.

Jurnalistik media elektronik auditif atau disebut juga sebagai jurnalistik radio siaran, lebih banyak di pengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal disini berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Dalam segi teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio si penerima. Dan yang terakhir segi fisikal yaitu erat kaitannya dengan

tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengar khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan yang disampaikan.

Selanjutnya adalah jurnalistik media elektronik audiovisual atau disebut juga jurnalistik televisi siaran, yang berarti merupakan gabungandari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Segi verbal yang dapat kita lihat dari hubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Segi visualnya, lebih banyak menekan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal disini berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima dirumah-rumah. Dan segi dramatikal yang berarti bersimbungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Aspek dramatik inilah yang tidak dipunyai media massa radio dan surat kabar.

Setiap bentuk jurnalistik tersebut memiliki ciri dan ke khasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persipan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Sebagai contoh filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi. Sedangkan filosofi penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.



### 2.2.2 Jenis-Jenis Jurnalistik

Jurnalistik memiliki berbagai jenis tersendiri, karena jurnalistik mempunyai aliran-aliran dan karakteristik yang beragam jenis. **Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan mengenai jenis-jenis jurnalistik yang meliputi:

1. *Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberian hal-hal sensasional, yang menggemparkan, mengejutkan.
2. *Adversary journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa.
3. *Government-say-so journalism*, yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.
4. *Checkbook journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.
5. *Alcohol journalism*, yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.

Istilah-istilah jurnalistik juga ditemukan pada jenis-jenis jurnalistik seperti

yang dikutip oleh **Romli** dari **Malik** dalam bukunya **Jurnalistik Praktis** yaitu sebagai berikut:

1. *Electronic Journalism*, yakni pengetahuan tentang berita-berita yang melalui media massa modern seperti televisi, radio, film dan lain sebagainya.
2. *Junket Journalism*, yaitu praktik jurnalistik yang tecela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan, yang diongkosi oleh pengundang.
3. *Gutter Journalism*, yakni teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.

4. *Gossip Journalism*, yaitu jurnalistik yang lebih menekankan pada berita kasak kusuk dan isu yang kebenarannya masih diragukan.
5. *Development Journalism*, yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangkapembangunan nasional negara dan bangsanya.  
(1999:71)

### 2.2.3 Produk Jurnalistik

Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media online internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut produk jurnalistik. Surat kabar, tabloid, majalah, dan bulletin dapat digolongkan tiga kelompok besar: 1. Berita (*news*), 2. Opini (*views*), 3. Iklan (*advertising*). Dari tiga kelompok besar itu, hanya berita dan opini saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakannya merujuk pada teknik jurnalistik.

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumaditirja** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** adalah:

#### 1. Tajuk Rencana

Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomena dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.

#### 2. Karikatural

Secara jenis jurnalistik, karikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang syarat dengan muatan kritik social dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa

tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.

**3. Pojok**

Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tentunya yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik dan nada kalanya reflektif.

**4. Artikel**

Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang bersifat actual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberi tahu (*informative*), mempengaruhi dan meyakinkan (*persuasive argumentative*) atau gambar khayalan pembaca (*rekreatif*)

**5. Kolom**

Kolom adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.

**6. Surat pembaca**

Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat dalam rubric khusus surat pembaca.  
(2006:6-17)

Dari pengertian diatas kita bisa mendapatkan informasi dari surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkala seperti radio, televisi, dan media online internet yang kita bisa nikmati setiap saat.

## **2.3 Persepsi**

Persepsi (dari bahasa latin *perceptio, percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti

misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, penciuman yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerima isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran.

### **2.3.1 Definisi Persepsi**

Ada beberapa batasan yang diberikan oleh para ahli mengenai persepsi. Pengertian persepsi dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan.

**Jalaludin Rakhmat** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Komunikasi** menyatakan bahwa:

**Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan informasi.**

**(2007:51)**

Selain itu juga, persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi objek orang, kejadian, situasi, dan kegiatan. Hal pertama yang harus diingat tentang definisi ini bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima rangsangan stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merespon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam

prosesnya, ketika orang menerima suatu pesan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberikan makna pada suatu objek atau peristiwa.

Persepsi terdiri dari tiga proses yaitu: memilih, pengorganisasian, dan interpretasi. Proses ini tumpang tindih dan berkesinambungan, sehingga mereka berbau dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga setiap mempengaruhi satu sama lainnya.

Menurut **Julia T.Wood** dalam bukunya *Communication In Our Lives, Fourth Edition* Terjadi sebuah persepsi terbagi menjadi 3 yaitu:

1. *Selecting*

Pada situasi tertentu orang memusatkan pribadinya pada apa yang ia anggap penting, mereka tidak peduli pada beberapa hal lain yang ada disekitar objek. Contohnya, ketika anak sedang mendengarkan lagu tiba-tiba orang tuanya mengaji dengan suara lebih keras, dia akan mengalihkan perhatiannya pada suara yang lebih keras, yaitu suara lebih keras. Rangsangan yang orang maknai berdasarkan beberapa unsur pemicu perhatian, seperti hal penting, relevan dan mendalam. Orang akan lebih tertarik dengan suara yang keras daripada suara yang kecil. Orang menyeleksi pesan dari stimuli yang dia terima, tidak secara keseluruhan. Setiap apa yang terjadi di bumi ini, orang tidak melihatnya secara utuh atau keseluruhan, artinya, hanya sebagian dari bagian objek itu.

2. *Organizing*

Orang mengorganisasikan pesan itu dengan cara yang berbeda, dan pesan tersebut harus dipahaminya. Setelah menyeleksi suatu pesan, kemudian dia akan menyusunnya dalam beberapa macam kategori. Teori yang menjelaskan bagaimana kita mengorganisasikan persepsi adalah *Contrutivism*, yang mana situasi yang telah di organisasikan, dan pengalaman menginterpretasikan dari percobaan struktur kognitif yang disebutkan *schemata*.

### **3. Interpretasi**

**Interpretasi adalah proses subjektif menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada suatu objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakan dan lakukan.  
(2006:39-45)**

#### **2.3.2 Faktor yang mempengaruhi persepsi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

1. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

- Fisiologis

Informasi yang masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan memengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- Perhatian

Individu memerlukan sejumlah energy yang dikeluarkan untuk memperhatikan dan memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap objek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.

- Minat

Persepsi terhadap suatu objek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energy atau *perceptual vigilance* yang digerakan untuk mempersepsi.

*Perseptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

- Kebutuhan yang searah

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

- Pengalaman dan ingatan

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui sesuatu rangsangan dalam pengertian luasnya.

- Suasana hati

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya, elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau

menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah:

- Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus

faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

- Warna dari obyek-obyek

Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be persived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

- Keunikan dan kontrasan stimulus

Stimulus luar dan penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

- Intensitas dan kekuatan dari stimulus

Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

- Motion atau gerakan



Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Sedangkan menurut **Krech dan Crutch Field** sebagaimana dikutip oleh **Jalaludin Rakhmat** empat faktor yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. **Kebutuhan, merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan sesuatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.**
2. **Kesiapan mental, kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian social atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan social yang berhasil.**
3. **Suasana emosional, kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbulnya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh seseorang.**
4. **Latar belakang budaya merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.**

### **2.3.3 Faktor-Faktor Yang Menentukan Persepsi**

**David Krech dan Richard S. Cruthfield (1997)** dalam bukunya **Rakhmat** yang berjudul **Psikologi Komunikasi** menyebutkan bahwa faktor-faktor yang menentukan persepsi adalah faktor fungsional dan faktor structural. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. **Faktor fungsional, faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu.**

**2. Faktor structural, faktor structural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu.  
(2008:55-58)**

Dalam sebuah persepsi jika tidak ada faktor-faktor yang mempengaruhinya maka sebuah persepsi itupun tidak akan timbul dalam individu tertentu ataupun sebuah kelompok public yang lain, sehingga individu harus mampu mengerti tentang terjadinya sebuah persepsi dalam dirinya ataupun orang lain.

**2.3.4 Perbedaan Persepsi dan Sensasi**

Istilah persepsi sering disamakan dengan sensasi, melibatkan penilaian, inferensi, interpretasi, bias atau prakonspetualisasi, sehingga bisa salah, sensasi dipandang sebagai pasti, ditentukan secara mendasar, fakta kasat. Menurut beberapa pendapat persepsi lebih berhubungan dengan kognitif, sedangkan sensasi lebih berkonotasi pada sebuah hubungan dengan perasaan (tetapi bukan dengan emosi).

Jadi, proses persepsi dan sensasi itu berbeda. Dalam ungkapan lain disebutkan, persepsi ialah menafsirkan stimulus yang telah ada didalam otak sedangkan sensasi adalah penerimaan stimulus lewat alat indera.

**Kenneth E. Andersen** dalam bukunya **Rakhmat**, yang berjudul **Psikologi Komunikasi** menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli komunikasi adalah:

1. Perhatian itu merupakan proses aktif dan dinamis, bukan dinamis dan refleksi.
  2. Kita cenderung memerhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol, atau melibatkan kita.
  3. Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan dan kepentingan kita.
  4. Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetapi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita.
  5. Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan stimuli tertentu yang ingin kita abaikan.
  6. Walaupun perhatian kepada stimuli berarti stimuli tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tidaklah berarti bahwa persepsi kita akan betul-betul cermat.
  7. Perhatian tergantung kepada kesiapan mental kita.
  8. Tenaga-tenaga motivasional sangat penting dalam menentukan perhatian dan persepsi.
  9. Intensitas perhatian tidak konstan.
  10. Dalam hal stimuli yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan.
  11. Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian.
  12. Kita mampu menaruh perhatian pada stimuli secara serentak.
  13. Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian.
- (2008:54-55)

Ada empat perbedaan antara persepsi objek dengan persepsi interpersonal, yaitu:

1. Pada persepsi objek, stimuli ditangkap oleh alat indera kita melalui benda-benda fisik: gelombang, cahaya, gelombang suara, temperaur dan sebagainya. Pada persepsi intrapersonal, stimuli mungkin sampai kepada kita melalui lambing-lambang verbal atau grafis yang disampaikan pihak ketiga.
2. Bila kita menanggapi objek, kita hanya menanggapi sifat-sifat luar objek itu, kita tidak meneliti sifat-sifat didalam objek tersebut. Pada persepsi interpersonal, kita mencoba memahami apa yang tidak Nampak pada alat indera kita. Kita tidak hanya melihat perilakunya, kita juga melihat mengapa ia berperilaku seperti itu. Kita mencoba memahami bahkan saja tindakan, tetapi juga motif tindakan itu.
3. Ketika mempersepsi onjek, objek tidak bereaksi kepada kita, kitapun tidak memberikan reaksi emosional padanya.
4. Objek relative tetap, manusia berubah-ubah.

## **2.4 Definisi Masyarakat**

Sekumpulan kelompok orang yang memiliki aturan dan structural dari system kewilayahan tersendiri merupakan masyarakat. Masyarakat merupakan kelompok manusia yang hidup berdampingan dan saling membutuhkan satu sama lainnya dalam melakukan interaksi social untuk menjalankan keberfungsian sosialnya. Menurut **Ralp Linton** dalam bukunya yang berjudul *“The Study of Man”* yaitu:

**Mengemukakan bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, sehingga mereka dapat mengorganisasikan dirinya dan berpikir tentang dirinya sebagai satu kesatuan social dengan batasan-batasan. Masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan social dengan batas-batas yang telah dirumuskan dengan jelas.**

**(2003:91)**

Sedangkan menurut **Soejono Soekanto**, masyarakat pada umumnya memiliki ciri-ciri antara lain sebagai berikut:

- 1. Manusia yang hidup bersama, sekurang-kurangnya terdiri atas dua orang.**
- 2. Bercampur atau bergaul dalam jangka waktu yang cukup lama. Berkumpulnya manusia akan menimbulkan manusia baru. Sebagai akibat dari hidup bersama, timbul system komunikais dan peraturan yang mengatur hubungan antar manusia.**
- 3. Sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan.**
- 4. Merupakan suatu system hidup bersama. System kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan karena mereka merasa dirinya terkait satu sama lain.**

**(2002:128)**

## **2.5 Hizbuttahrir Indonesia**

**Hizbut Tahrir** adalah sebuah organisasi Trans Nasional. Politik merupakan kegiatannya dan Islam adalah ideologinya.

Hizbut Tahrir berjuang untuk menjadikan Islam sebagai permasalahan utamanya serta untuk mendirikan kembali sistem kekhilafahan. Hizbut Tahrir merupakan organisasi politik, bukan organisasi kerohanian (seperti tarekat), bukan

badan ilmiah (seperti lembaga agama atau badan penelitian), bukan institusi pendidikan (akademik), dan bukan pula pertubuhan sosial (yang bergerak di bidang sosial dan kemasyarakatan). Idea-idea Islam menjadi jiwa, inti dan sekaligus rahsia kelangsungan kelompoknya.

Hizbut Tahrir didirikan sebagai harokah Islam yang bertujuan mengembalikan kaum muslimin untuk kembali taat kepada hukum-hukum Allah SWT yakni hukum Islam, memperbaiki sistem perundangan dan hukum negara yang dinilai tidak Islami/kufur agar sesuai dengan tuntunan syariat Islam, serta membebaskan dari sistem hidup dan pengaruh negara barat. Hizbut Tahrir juga bertujuan untuk membangun kembali pemerintahan Islam warisan Rosulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin yakni [Khilafah Islamiyah](#) di dunia, sehingga hukum Islam dapat diberlakukan kembali. [38]

#### Tujuan

Hizbut Tahrir memiliki dua tujuan: (1) melangsungkan kembali kehidupan Islam; (2) mengemban dakwah Islam ke seluruh penjuru dunia. Tujuan ini berarti mengajak umat Islam agar kembali hidup secara Islami di dâr al-Islam dan di dalam lingkungan masyarakat Islam. Tujuan ini berarti pula menjadikan seluruh aktivitas kehidupan diatur sesuai dengan hukum-hukum syariat serta menjadikan seluruh pandangan hidup dilandaskan pada standar halal dan haram di bawah naungan dawlah Islam. Dawlah ini adalah dawlah-khilâfah yang dipimpin oleh seorang khalifah yang

diangkat dan dibaiat oleh umat Islam untuk didengar dan ditaati. Khalifah yang telah diangkat berkewajiban untuk menjalankan pemerintahan berdasarkan Kitabullah dan Sunnah Rasul-Nya serta mengemban risalah Islam ke seluruh penjuru dunia dengan dakwah dan jihad.

Di samping itu, aktivitas Hizbut Tahrir dimaksudkan untuk membangkitkan kembali umat Islam dengan kebangkitan yang benar melalui pemikiran yang tercerahkan. Hizbut Tahrir berusaha untuk mengembalikan posisi umat Islam ke masa kejayaan dan keemasannya, yakni tatkala umat dapat mengambil alih kendali negaranegara dan bangsa-bangsa di dunia ini. Hizbut Tahrir juga berupaya agar umat dapat menjadikan kembali dawlah Islam sebagai negara terkemuka di dunia—sebagaimana yang telah terjadi pada masa silam; sebuah negara yang mampu mengendalikan dunia ini sesuai dengan hukum Islam

